

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДОКУМЕНТАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених

26 Листопада 2024 року

м. Рівне



РІВНЕНСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ
ГУМАНІТАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Р
Д
Г
У
КАФЕДРА
МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 005 (082)

П-88

Рекомендовано Вченої радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол №12 від 5 грудня 2024 р.)

Редакційна колегія

Павелків Р.В., д.психол.н., професор, в.о. ректора Рівненського державного гуманітарного університету, голова редколегії; Петренко О.Б., д.пед.н., професор, проректор з інноваційної діяльності і міжнародного співробітництва; Юхименко-Назарук І.А., д.е.н., професор, декан факультету документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики; Микитин Т.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту; Сяська О.В., к.е.н., доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту, відповідальний секретар.

Публічне управління та менеджмент: сучасні тренди та перспективи: збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених. Рівне, 26 листопада 2024 р. [тези доп.]. Рівне: РДГУ, 2024. 138 с.

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень щодо підвищення ефективності державного управління та місцевого самоврядування, економічних та правових аспектів децентралізації в Україні, інноваційних підходів до вирішення проблем сучасного менеджменту та інформаційної діяльності, а також аналізу трендів і перспектив публічного управління та менеджменту.

Розраховано на науковців, викладачів і здобувачів закладів вищої освіти, фахівців із публічного управління та менеджменту, представників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

За зміст публікацій повну відповідальність несуть автори.

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

<i>Гопанчук І.О., Сяська О.В.</i> Соціально-економічний розвиток громад: основні аспекти, проблеми та перспективи	6
<i>Каспришен І.О., Савченко О.Р.</i> Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств сфери охорони здоров'я	9
<i>Приставчук Ю.І., Поляк К.Ю.</i> SMM як інструмент підвищення ефективності комунікацій закладів охорони здоров'я з громадськістю.....	11
<i>Щесюк С.В.</i> Проблемні питання правового регулювання відносин у туристичному секторі на національному та місцевому рівнях.....	14

СЕКЦІЯ 2. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

<i>Yang Chongqiu, Mashta N.O.</i> Mechanisms for ensuring the quality of education in vocational colleges in China	16
<i>Liu Fang, Mashta N.O.</i> Modern methods of developing human potential	18
<i>Березняк В.О., Савченко О.Р.</i> Управлінські інструменти сучасної медичної практики	20
<i>Берташ Б.М.</i> Стратегічна екологічна оцінка як інструмент публічного управління охороною довкіллям та використанням природних ресурсів громад ...	23
<i>Волошин Д.М., Микитин Т.М.</i> Використання медичного маркетингу у роботі медичних установ	25
<i>Микитин Т.М.</i> Детермінанти збалансованого природокористування національних природних парків	27
<i>Остаповець Є.Ф., Пелех О.Б.</i> Економічний розвиток: необхідність створення нових підходів для оцінки	29
<i>Попов С.О., Поліщук О.Ю.</i> Ринок праці та перспективи його розвитку в умовах воєнного стану	31
<i>Тимощук М.В., Сяська О.В.</i> Теоретичні засади брендової політики публічних організацій.....	34

СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

<i>Jia Feng, Khyzhnyakova N.O.</i> Formation and development of the enterprise's corporate culture at Haier Company	37
<i>Zhang Peipei, Khyzhnyakova N.O.</i> Improvement of enterprise development management at BESTORE Company	40

Cheng Xiangmei, Khyzhnyakova N.O. Improvement of client service process management at the National Museum of China	43
Jiang Yeyou, Borys Bertash. The role of China's forestry industry in its economy	46
Баланович О.О., Поліщук О.Ю. Роль методів стратегічного аналізу у стратегічному плануванні діяльності підприємства	49
Берташ К.Б., Берташ Б.М., Микитин Т.М. Розробка мережевих аналізаторів для забезпечення управління інформаційними системами підприємств	52
Гуменюк Р.П., Савченко О.Р. Актуалізація маркетингових досліджень у сучасній вітчизняній науці	54
Зосимчук О.В., Маїшта Н.О. Сутнісні аспекти української конкуренції в умовах сучасності	56
Дем'янюк О.О. Сутність та завдання PR-технологій сучасних підприємств	59
Іванішин Р.О., Поляк К.Ю. Основні характеристики та специфіка комерційної діяльності в сфері послуг	62
Кривоблоцький М.О., Поліщук О.Ю. Маркетинговий аналіз ринку фруктів України в умовах війни	65
Кучменко І.В., Савченко О.Р. Управлінські рішення, теорія їх ефективності	67
Максимчук Н.С. Імідж сучасного менеджера	70
Марценюк В.В. Логістика «Останньої милі» в онлайн мерчандайзингу	72
Мельничук Т.А., Хижнякова Н.О. Розвиток програм соціальної відповідальності в контексті удосконалення збутової діяльності ПМП «МЛС» ..	74
Михайлов О.В., Юхименко-Назарук І.А. Політика якості вітчизняного послугового ринку	76
Орел І.І., Сяська О.В. Вплив системи менеджменту на ефективність функціонування організації	79
Орлов О.Г. Мотивація у менеджменті	81
Паш О.А., Хижнякова Н.О. Використання інформаційних технологій в управлінні наданням послуг	83
Поляк К.Ю. Креативний менеджмент в період воєнного стану в Україні та його вплив на вітчизняні підприємства	86
Самойлова А.М., Берташ Б.М. Використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій у процесі аналізу асортименту товарів	88
Сушик Р.Я., Матвійів І.Р., Поляк К.Ю. Розробка рекомендацій щодо покращення торговельної діяльності ТОВ «Рівень ЛТД» за допомогою цифрових інструментів бізнесу	91
Шекель Д.В., Маїшта Н.О. Особливості управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств	93
Шушаріна В.С., Орлов О.Г. Етапи становлення управлінської діяльності	96
Шушаріна В.С., Сяська О.В. Обґрунтування бізнес-ідеї розвитку Рівненського зоопарку	98

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

<i>Гопанчук І.О., Микитин Т.М.</i> Роль регіонального маркетингу у формуванні зв'язків між керівництвом території, громадою, інвесторами та іншими цільовими аудиторіями регіонального управління	101
<i>Грига А.С., Микитин Т.М.</i> Брендінг територій як маркетинговий інструмент підвищення привабливості громади	104
<i>Мікуліч В.О., Артюшок К.А.</i> Розвиток проєктного менеджменту в територіальних громадах під час воєнного стану.....	107
<i>Скомаровська С.В., Дідовець І.О., Поліщук О.Ю.</i> Ринок праці в умовах війни	108

СЕКЦІЯ 5. ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

<i>Анчук С.О., Сілкова Г.В.</i> Інформаційні служби в системі комунікації органів місцевої влади	111
<i>Бабенко Ж.В.</i> Системи штучного інтелекту як інструмент інноваційного розвитку інформаційних установ.....	113
<i>Верхогляд К.Ю., Сілкова Г.В.</i> Пріоритетні напрями діяльності бібліотек в умовах воєнного стану	115
<i>Довбета С.Р., Сілкова Г.В.</i> Метричний інструментарій досліджень в інформаційній сфері.....	117
<i>Ковтун Ю.В., Сілкова Г.В.</i> Інформаційна діяльність як базис успішного бізнесу.....	120
<i>Коширець В.М., Сілкова Г.В.</i> Інноваційні підходи у створенні інформаційної продукції галузевих центрів.....	122
<i>Лебідь О. М., Сілкова Г.В.</i> Сучасні інформаційні технології як чинник трансформації інформаційного забезпечення користувачів бібліотек.....	124
<i>Мединська Т.І.</i> Фактори формування репутації компанії.....	126
<i>Сілкова Г.В., Костенко М.С.</i> Інтеграція освітніх програм «Документознавство та інформаційна діяльність» й «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія» в контексті Міжнародної стандартної класифікації освіти.....	129
<i>Сілкова Г.В.</i> Сучасні інформаційні технології як засіб вдосконалення процесів опрацювання документного контенту	131
<i>Хевзюк Т.М., Черніговець Т.І.</i> Документаційне забезпечення управління закладом загальної середньої освіти (на прикладі діяльності Рівненського ліцею №19 Рівненської міської ради).....	133
<i>Черніговець Т.І.</i> Інформаційне забезпечення грантового фандрайзингу у бібліотечній сфері України	135

*Іванішин Р.О., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю ДЗ «Менеджмент», РДГУ
Поляк К.Ю., к.е.н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА СПЕЦИФІКА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ПОСЛУГ

В умовах сучасної економіки, де сфера послуг демонструє стрімке зростання та динамічний розвиток, вивчення її основних характеристик та специфіки комерційної діяльності набуває особливої актуальності. Це зумовлено необхідністю глибокого розуміння механізмів функціонування ринку послуг, його особливостей та тенденцій для успішного ведення бізнесу та досягнення конкурентних переваг.

Метою дослідження є комплексний аналіз та систематизація теоретичних і практичних аспектів комерційної діяльності підприємств сфери послуг з урахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку.

Підприємство, виходячи на ринок, має на меті ефективно надати послугу і отримати відповідний прибуток. У зв'язку з цим основними завданнями підприємства є: дослідження попиту та потреб споживачів у послугах, а також їх купівельної спроможності; визначення асортиментної політики на майбутнє; організація підготовки до реалізації та продажу послуг; а також забезпечення запланованих обсягів діяльності необхідними матеріальними та трудовими ресурсами [1].

Комерційна діяльність підприємств сфери послуг включає низку елементів, які представлені на рисунку 1.



Джерело: [1]

Рис. 1. Основні елементи комерційної діяльності підприємств сфери послуг

Комерційна діяльність у сфері послуг має свою специфіку, і її успіх залежить від ретельного втілення кожного елементу.

Вивчення попиту є фундаментом, на якому будується вся подальша діяльність. Адже без розуміння потреб і вподобань споживачів, їхньої готовності платити за певні послуги та обсягу ринку неможливо сформувати ефективну стратегію. Глибоке дослідження попиту дозволяє виявити незадоволені потреби клієнтів, що відкриває можливості для створення нових, унікальних послуг. Крім того, аналіз тенденцій ринку допомагає передбачити зміни в попиті та вчасно адаптувати пропозицію, забезпечуючи тим самим конкурентоспроможність підприємства [7].

Важливість формування асортименту послуг полягає у тому, що він має відповідати виявленим потребам цільової аудиторії та відображати спеціалізацію підприємства. Широкий асортимент приваблює більше клієнтів, а правильно підібрані послуги дозволяють задовольнити різноманітні запити. Важливо також враховувати сезонність попиту та життєвий цикл послуг, своєчасно оновлюючи пропозицію та впроваджуючи новітні технології [5].

Ефективна реклама послуг є необхідною умовою для привернення уваги потенційних клієнтів та формування позитивного іміджу підприємства. Вона інформує про переваги послуг, стимулює збут та підвищує впізнаваність бренду. Рекламна кампанія має бути цілеспрямованою та орієнтованою на конкретну цільову аудиторію, використовуючи різні канали комунікації – від традиційних ЗМІ до інтернет-маркетингу [6].

Організація продажу послуг безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів і обсяги продажів. Зручні та доступні умови оформлення замовлення, гнучка система оплати, оперативне реагування на запити – все це формує позитивний досвід взаємодії з підприємством та спонукає клієнтів звертатися знову [3].

Надання послуг є кульмінацією всього комерційного процесу. Якість надання послуги, професіоналізм персоналу, дотримання стандартів обслуговування – ключові фактори, що визначають рівень задоволеності клієнтів і формують репутацію підприємства. Саме від того, наскільки якісно надається послуга, залежить, чи стане клієнт постійним і чи рекомендуватиме підприємство іншим [2].

Окрім наведених на рис. 1 елементів, важливою складовою комерційної діяльності підприємства сфери послуг є інформаційне забезпечення його діяльності, що можна досягти шляхом застосування інструментів електронної комерції [4]. Для підприємств сфери послуг електронна комерція відкриває особливі можливості, що сприяють підвищенню ефективності та розширенню клієнтської бази. Серед основних переваг можна виділити:

1. Покращена доступність та зручність для клієнтів. Онлайн-платформи дозволяють клієнтам швидко і зручно отримувати послуги в будь-який час і з будь-якого місця, що особливо важливо для послуг, які можуть бути надані дистанційно (наприклад, консультації, освітні курси або послуги бронювання).

2. Зниження витрат на операційну діяльність. Електронна комерція дозволяє підприємствам сфери послуг працювати без потреби орендувати великі приміщення або організувати фізичні точки обслуговування, що значно знижує витрати на оренду, утримання персоналу і логістику.

3. Можливість проникнення на нові ринки. Онлайн-формат усуває географічні обмеження, дозволяючи компаніям у сфері послуг залучати клієнтів з інших регіонів або навіть країн, розширюючи тим самим клієнтську базу та ринковий потенціал.

4. Персоналізація та ефективний маркетинг. Використання аналітики та автоматизації у електронній комерції дає змогу аналізувати потреби клієнтів, відслідковувати їхні вподобання і адаптувати пропозиції під їхні індивідуальні запити, що підвищує рівень задоволеності та лояльності клієнтів.

5. Підтримка постійного зв'язку з клієнтами. Через електронні канали підприємства можуть забезпечувати оперативний зворотний зв'язок, інформувати клієнтів про новинки, акції або зміни у послугах, підтримуючи таким чином стабільний рівень інтересу та довіри.

6. Швидке адаптування до ринкових змін. Електронна комерція дозволяє підприємствам швидко змінювати свої стратегії, коригувати асортимент послуг, ціни та маркетингові кампанії залежно від змін у попиті, що забезпечує гнучкість у роботі.

Електронна комерція в сфері послуг не тільки знижує витрати і спрощує процеси, але й сприяє покращенню клієнтського досвіду, підвищуючи конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Таким чином, сфера послуг потребує комплексного підходу до комерційної діяльності, що включає аналіз попиту, формування асортименту, проведення рекламних кампаній, ефективну організацію продажу та надання послуг високої якості. Основою успішного функціонування підприємства в цій сфері є вміння визначати та адаптуватися до потреб цільової аудиторії, своєчасно реагувати на зміну ринкових тенденцій і підтримувати високий рівень обслуговування. Важливим фактором є також використання інструментів електронної комерції, які підвищують зручність для клієнтів, скорочують витрати та дозволяють підприємству оперативно реагувати на запити і забезпечувати постійний контакт з клієнтами.

1. Боч-Грінберг В. Основні аспекти управління комерційною діяльністю підприємства. *Актуальні питання права та соціально-економічних відносин: Збірник наукових статей*. Кропивницький: Вид-во ЦіРоЛ, 2023. С. 423 – 428. URL: <https://vmurof.kr.ua/wp-content/uploads/2023/12/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE.pdf#page=425>

2. Данильчук О. Організація контролю за якістю надання послуг в системі управління конкурентоспроможністю організації. Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки». 2020. С. 242 – 245. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38688/1/242.pdf>

3. Іванечко Н.Р., Оконський М.В. Управління продажами у сфері послуг. Галуzeвий економічний вісник. Т.: ТНТУ. 2023. Том 85. № 6. С. 167–173. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/44107>

4. Каличева Н.Є., Зеленцова Н.І. Комерційна діяльність в умовах цифровізації: виклики та перспективи. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. № 81-82. С. 164-170. URL: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/16837>

5. Овдінок О.М., Швець Т.В. Теорія та методологія формування маркетингу послуг у діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. 2023. № 11. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/38367/1/Ovdiuk_2023%20\(1\).pdf](http://eprints.zu.edu.ua/38367/1/Ovdiuk_2023%20(1).pdf)

6. Подгорний Д.Д. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2023 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. С. 211 – 212. URL: <https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/968e6ea1-6f13-47f4-acfb-136de0d2bd91/content#page=211>

7. Шевченко А.В., Марчук В.В. Особливості управління попитом на основі цифрових маркетингових технологій. Проблеми системного підходу в економіці. Київ. Національний авіаційний університет. 2022. Вип. № 3 (89). С. 177-183. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/59280>

Наукове видання

**Публічне управління та менеджмент:
сучасні тренди та перспективи**

ЗБІРНИК ТЕЗ

**II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів
вищої освіти та молодих учених**

26 листопада 2024 року

Відповідальна за випуск
Сяська Олена Василівна